

# **GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN MUZAKKI DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL**

**Hana Septi Kuncaraningsih**  
*hanaseptikuncaraningsih@yahoo.com*

**M. Rasyid Ridla**  
*muhammad\_rasyid@yahoo.com*

## **Abstract**

*This research is aimed to find empirical evidence the influence of Good Corporate Governance toward muzakki satisfaction on badan amil zakat nasional (BAZNAS) in Sleman-Yogyakarta. Good corporate governance is a concept that important to stakeholder, forming to make institutions free corruption, transparent, and professional. The research is uses quantitave approach. The data analysis using three tests of hypothesis, including rank spearman correlation coefficient, coefficient determination and simple linear regression. All hypothesis testing of the statement result in significant value. It can be concluded influence of Good Corporate Governance in positive and significant toward muzakki satisfaction, by the amount contributions of 16,3%. The research is expected to provide a new idea for a public institution to apply the concept of good corporate governance.*

**Keywords:** *Good Corporate Governance, Muzakki Satisfaction, BAZNAS Sleman*

## PENDAHULUAN

Potensi zakat di Indonesia cukup besar karena mayoritas penduduk beragama Islam. Didin Hafidhuddin menjelaskan, bahwa potensi zakat di Indonesia pada tahun 2013 sebesar Rp 217 triliun atau 1,8 sampai 4,34 persen dari *gross domestic product* (GDP), dan jumlah zakat yang terkumpul terus meningkat tiap tahunnya, yaitu pada tahun 2012 jumlah zakat sebesar Rp 2,73 triliun, yang meningkat 0,8 persen dari tahun 2011 yaitu Rp 1,73 triliun. Meningkatnya jumlah zakat tiap tahun tidak terlepas dengan pengelolaan zakat yang baik, sehingga zakat dapat disalurkan untuk meningkatkan kesejahteraan umat. Pakar zakat K.H. Muhadi Zainuddin menjelaskan terdapat tiga kunci untuk meningkatkan manajemen bagi seluruh lembaga pengelola zakat di Indonesia yaitu amanah, profesional dan transparan.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 menjelaskan zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Undang-undang No. 23 Tahun 2011 ini juga memberikan arahan kepada seluruh lembaga zakat untuk mampu memperbaiki sistem pengelolaan zakat di Indonesia, sehingga optimalisasi pembaruan dan penyaluran zakat dapat lebih terarah, professional dan transparan. Sistem *Good Corporate Governance* dapat mewujudkan pengelolaan lembaga zakat yang mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, professional dan transparan. *Good Corporate Governance* memberikan tata kelola yang baik dalam lembaga zakat hal ini menjadi penting dalam pembaruan zakat untuk meyakini bahwa zakat yang mereka bayarkan digunakan secara efisien atau tepat sasaran.<sup>109</sup>

BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat dibawah pemerintah, mempunyai tanggung jawab dalam memungut zakat profesi dari gaji PNS yang beragama Islam di lingkungan BAZNAS dan dikelola sesuai ketentuan Islam. Dengan tanggung jawab yang diberikan kepada BAZNAS dalam pengelolaan zakat, maka BAZNAS dituntut untuk lebih profesional dan transparan. Perubahasan sistem telah dilakukan beberapa BAZNAS di daerah seluruh Indonesia, khususnya pada BAZNAS Kabupaten Sleman. BAZNAS Kabupaten Sleman dalam

---

<sup>109</sup> Fakhri Husein, "Menata Ulang Sistem Zakat", *Jurnal Ekonomi Islam*, <http://jurnalekis.blogspot.com/2012/04/menata-ulang-sistem-zakat.html>. Htm, diposting pada bulan April 2012.

pengelolaan zakat telah menerapkan sistem *Good Corporate Governance*, sebagaimana visi yang dicanangkan yaitu mewujudkan sistem amanah, transparansi dan profesional. Penerapan sistem ini dapat terlihat dalam rapat tahunan pada akhir periode yang membahas pengelolaan zakat, serta evaluasi kinerja amil untuk mewujudkan kinerja yang profesional dengan dihadiri *muzakki*.

Keterlibatan *muzakki* dalam evaluasi kinerja amil atau lembaga zakat setiap akhir periode memberikan kepuasan kepada *muzakki*. Kepuasan *muzakki* terhadap kinerja amil atau lembaga zakat dapat memberikan kepercayaan *muzakki* semakin meningkat dalam membayarkan zakat kepada lembaga BAZNAS khususnya di Kabupaten Sleman. Pengawasan dalam BAZNAS Kabupaten Sleman dilakukan secara intensif oleh *muzakki* langsung, sehingga transparansi dana yang diterima jelas serta penyalurannya pun dapat diketahui langsung.

Melihat pentingnya *Good Corporate Governance* pada organisasi pengelola zakat, serta adanya dukungan peraturan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 yang senantiasa meningkatkan upaya pemenuhan kebutuhan *muzakki* untuk mewujudkan kepuasan *muzakki* di organisasi pengelola zakat, tulisan ini mencoba menemukan bukti empiris pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan *muzakki* pada organisasi pengelola zakat, tepatnya pada BAZNAS Kabupaten Sleman.

## **GOOD CORPORATE GOVERNANCE**

Komite Cadbury menjelaskan *corporate governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada *stakeholders*.<sup>110</sup>

*Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) sebagaimana dikutip oleh M. Arief Effendi, mendefinisikan *Corporrate Governance* sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan

110 Komite Cadbury, *The Business Roundtable, Statement Untuk Corporate Governance*, (Washington DC: tnp, 1997), hlm. 1, dalam Mishardi Wilamarta, hlm. 40.

eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).<sup>111</sup> *Good Corporate Governance* tidak lain adalah permasalahan mengenai proses pengelolaan perusahaan secara konseptual menyangkut diaplikasikannya prinsip-prinsip *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility*, terutama ditujukan kepada perusahaan-perusahaan publik, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan-perusahaan yang menggunakan dana publik dan ikut dalam pengelolaan dana publik.<sup>112</sup> Menurut Effendi, *Good Corporate Governance* secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholders*.

Prinsip utama dari *Good Corporate Governance* yang ditawarkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) yang telah di sebutkan oleh FCGI sebagaimana dikutip oleh Indra dan Ivan, yaitu *Fairness* (kewajaran) yaitu menekankan bahwa semua pihak yang terlibat harus diperlakukan sama atau setara, *Transparency* (transparansi) yaitu prinsip yang sangat penting bagi *stakeholder* untuk mendapat informasi, *Accountability* (akuntabilitas) adalah kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelola perusahaan terletak secara efektif, dan *Responsibility* (tanggungjawab) adalah kesesuaian pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip korporasi yang sehat.<sup>113</sup>

Prinsip *Good Corporate Governance* juga dapat diterapkan dalam pengelolaan organisasi zakat. BAZNAS maupun LAZ sebagai organisasi nirlaba juga dapat mengadopsi konsep *Good Corporate Governance*, meliputi:<sup>114</sup>

---

<sup>111</sup> M. Arief Effendi, *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 2.

<sup>112</sup> Siswanto Sutojo dan E. John Aldridge, *Good Corporate Governance Tata Kelola Perusahaan yang Sehat*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2005), Cet. Ke-1, hlm. 13.

<sup>113</sup> *Ibid*, hlm. 68.

<sup>114</sup> Fakhri Husein, "Menata Ulang Sistem", diposting bulan April 2012.

1. Prinsip *Fairness*, menekankan bahwa semua pihak yang terlibat dalam pengelolaan zakat harus diperlakukan sama, dan bagi pembayar zakat dengan adanya kesetaraan ketetapan sistem pembayaran zakat yang sederhana.
2. Prinsip *Transparency*, suatu keterbukaan dalam menyampaikan informasi mengenai sistem perencanaan zakat dan sistem pemantauan penyaluran zakat.
3. Prinsip *accountability*, suatu kepastian penggunaan dana melalui sistem pelaporan zakat.
4. Prinsip *Responsibility*, tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dan *stakeholders* berdasarkan manajemen modern, untuk berlangsungnya kejelasan fungsi struktur organisasi.

## **KEPUASAN MUZAKKI**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya.<sup>115</sup> Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya.

Menurut Zeithaml dan Bitner sebagaimana dikutip oleh Farida Jafar dalam bukunya tentang teori dan aplikasi kunci keberhasilan bisnis jasa, kepuasan pelanggan (*customer's Satisfaction*) didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut.<sup>116</sup>

Menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner dalam bukunya yang berjudul *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi *customers satisfaction* (kepuasan pelanggan), yaitu:<sup>117</sup>

---

<sup>115</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hlm. 42

<sup>116</sup> Farida Jafar, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa, SDM, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 19.

<sup>117</sup> Valarie A. Zeithaml dan Mery Jo Bitner, *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, (New York: McGraw Hill, 2006), 4<sup>th</sup> edition, hlm. 110-112.

Dengan menggunakan aplikasi *google translate*.

## 1. Fitur Layanan

Dalam melakukan studi kepuasan, kebanyakan perusahaan menentukan beberapa cara dengan mengetahui fitur layanan yang penting dan atribut untuk kepuasan fitur layanan akan membuat *trade-off* antara fitur layanan yang berbeda, adapun jenis produk dan fitur layanan yang dimaksudkan seperti harga, tingkat kualitas keramahan, dan kualitas, tergantung pada jenis layanan.

## 2. Keberhasilan atau kegagalan jasa

Pelanggan akan menilai tentang apa yang dirasakan terhadap suatu perusahaan dengan berbagai layanan yang diterima. Suatu hal yang penting mengenai keberhasilan dalam perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan bagi pelanggan, dan memikat pelanggan dengan citra yang baik dimata publik.

## 3. Aspek persepsi atau keadilan

Pemikiran mengenai keadilan yang dirasakan pelanggan dapat mengubah persepsi pelanggan pada tingkat kepuasan terhadap barang atau jasa.

## 4. Pelanggan lain, Anggota Keluarga dan Rekan Kerja

Pihak lain akan mempengaruhi suatu penilaian pelanggan terhadap perusahaan. Penilaian positif atau negatifnya pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja akan diikuti pelanggan lain dengan reaksi yang bisa lebih dari perasaan pelanggan yang memberikan tanggapan sebelumnya.

## 5. Emosi Pelanggan

Emosi pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi kepuasan produk dan layanan. Emosi ini bisa stabil, dengan emosi yang sudah ada misalnya, keadaan *mood* atau kehidupan kepuasan. Pada saat pelanggan mengalami suasana hati gembira, emosinya akan mempengaruhi persepsi positif terhadap suatu jasa, dan jika seorang pelanggan sedang mengalami suasana hati buruk maka emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa.

## ASPEK-ASPEK KEPUASAN *MUZAKKI*

Menurut Hawkins dan Isney sebagaimana dikutip Rika Yuni menyebutkan atribut kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan yang merupakan gabungan suatu produk dari produsen yang diandalkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan, yaitu kemudahan dalam memperoleh jasa, yaitu apabila kebutuhan pelanggan yang disediakan oleh penyedia jasa atau layanan yang bersangkutan *muzakki* dapat mudah untuk mendapatkannya, dan kesediaan untuk merekomendasikan, yaitu apabila jasa yang diterima memuaskan, maka *muzakki* akan memberitahukan kepada pihak lain dan sebaliknya, apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia akan bicara kepada pihak lain, tetapi justru akan memberitakan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia jasa.<sup>118</sup>

Tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi dengan dua komponen yaitu, *Desire Service*, yaitu suatu pelaksanaan sistem organisasi jasa yang diharapkan akan diterima, berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan. *Adequate Service*, yaitu suatu jasa yang cukup dapat diterima, berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.<sup>119</sup>

## HIPOTESIS

Zakat merupakan konsep ajaran Islam yang mengandung nilai perbaikan ekonomi umat dalam memerangi kemiskinan. Di Indonesia zakat dikelola lembaga non pemerintah seperti Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ), maka optimalisasi kearah manfaat strategis sudah tentu terletak di tangan lembaga-lembaga tersebut.<sup>120</sup>

Nurul Huda menjelaskan pengawasan terhadap keuangan publik dalam Islam sangatlah penting hal ini bertujuan untuk menjaga kekayaan publik, mengembangkan dan melindunginya, baik dalam hal

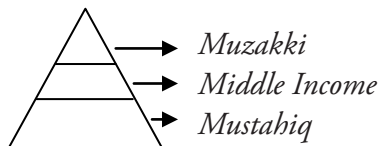
---

<sup>118</sup> Rika Yuni Rahmawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Muzakki Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdatul Ulama (LAZISNU) Gunung Kidul", *Skripsi* (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum, 2013), hlm. 41.

<sup>119</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 23.

<sup>120</sup> Nurul Huda, Achmad Aliyadin, dkk, *Keuangan Publik Islam Pendekatan Teoretis dan Sejarah* (Jakarta: Kencana, 2012), Edisi Pertama, hlm. 112.

pengumpulan maupun pengeluaran serta pengawasan untuk mencegah kelalaian dan mengoreksi kesalahan agar kekayaan publik tetap menjadi sarana untuk mewujudkan kemaslahatan umat secara menyeluruh terutama oleh *muzakki*.<sup>121</sup>



### Gambar 1: Piramida distribusi dalam pendapatan Islam

Gambar tersebut menjelaskan bahwa Islam mengasumsikan pada dasarnya struktur masyarakat terdiri dari tiga golongan, yaitu *muzakki* (wajib zakat), kelompok berpendapatan menengah, dan *mustahiq*. Dengan adanya zakat distribusi pendapatan atau kekayaan akan mengalir dari *muzakki* dan *middle income* kepada *mustahiq*.<sup>122</sup>

Prinsip dasar *Good Corporate Governance* yang memiliki tujuan untuk memberikan kemajuan terhadap kinerja suatu perusahaan atau organisasi. Ada dua hal yang diperlukan yaitu hubungan antara kepentingan *stakeholder* terhadap prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*, dan mekanisme yang ditawarkan oleh *Good Corporate Governance* dalam memenuhi kepentingan *stakeholder*.<sup>123</sup>

Ada beberapa prinsip dari *Good Corporate Governance* yang harus dipenuhi oleh organisasi zakat, untuk kepentingan masyarakat, yaitu:<sup>124</sup>

1. Prinsip keterbukaan harus benar-benar diimplementasikan
2. Prinsip keterbukaan juga memiliki korelasi yang kuat dengan pemberian informasi material yang harus segera dilaporkan kepada masyarakat
3. Kesempatan pemberian opini dalam pengambilan langkah-langkah untuk menghasilkan keputusan suatu organisasi yang efektif dan efisien.

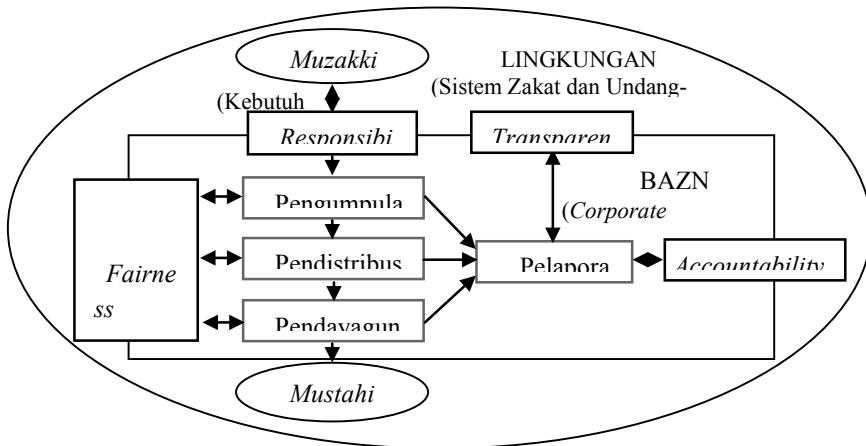
<sup>121</sup> Nurul Huda dan Ahmad Muti, *Kuangan Publik Islam*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 10.

<sup>122</sup> Ahmad Dimiyati, *Teori Keuangan Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 20080, Hlm. 116.

<sup>123</sup> Indra Surya dan Ivan Yustiavandana, *Penerapan Good Corporate*, hlm. 67.

<sup>124</sup> *Ibid*, hlm. 101-103.





**Gambar 2: Hubungan *Good Corporate Governance* dengan kepuasan muzakki<sup>125</sup>**

Keterangan Gambar 2:

↔ = Ada Hubungan

→ = Alur Sistem Perzakatan

Gambar diatas menjelaskan bahwa hubungan *Good Corporate Governance* dengan kepuasan muzakki adalah bagaimana amil (pengelola) memberikan sistem pembayaran dan sistem informasi pengelolaan zakat yang merupakan kebutuhan muzakki. Ketika *Corporate Governance* pada BAZNAS memenuhi *Good Corporate Governance* maka kebutuhan muzakki dari sistem perzakatan yang dikelola BAZNAS akan terpenuhi, sehingga menciptakan kepuasan bagi muzakki.

Pembayar zakat (*muzakki*) adalah pihak yang berperan penting dalam sistem perzakatan. Mereka yang merupakan penggerak roda sistem zakat berhak mendapatkan pemenuhan kebutuhan atas zakat yang telah diberikan. Beberapa informasi yang dibutuhkan oleh muzakki dalam sistem perzakatan yang kaitannya adalah dengan adanya penerapan *Good Corporate Governance*, yaitu sistem perencanaan zakat, sistem pembayaran zakat yang sederhana, sistem pemantauan penyaluran zakat, dan sistem pelaporan penyaluran zakat.<sup>126</sup>

Sesuai dengan penjelasan itu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

<sup>125</sup> Gambar merupakan hasil korelasi antara teori *Good Corporate Governance* dengan teori Kepuasan Muzakki yang dibuat oleh penulis.

<sup>126</sup> Fakhri Husein, "Menata Ulang Sistem", diposting bulan April 2012.

Penerapan sistem *Good Corporate Governance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Sleman

## METODE PENELITIAN

### 1. Definisi Operasional

#### a. *Good Corporate Governance*

*Good Corporate Governance* dalam penelitian ini yaitu persepsi muzakki tentang pengelolaan organisasi yang secara konseptual mencakup diaplikasikannya prinsip-prinsip *transparency*, *accountability*, *fairness* dan *responsibility*, tepatnya pada BAZNAS Kabupaten Sleman. Indikator *Good Corporate Governance* pada organisasi pengelola zakat mencakup empat prinsip dasar, yaitu:

- 1) Prinsip *Fairness*, yaitu keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan, melalui perlakuan adil yang setara seperti kesetaraan sistem pembayaran zakat yang sederhana dan perlindungan kepentingan muzakki.
- 2) Prinsip *Transparency*, yaitu keterbukaan dalam mengemukakan informasi material dan relevan, melalui sistem informasi perencanaan zakat dan sistem informasi pemantauan penyaluran zakat.
- 3) Prinsip *Accountability*, yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan, melalui kepastian penggunaan dana dan sistem informasi pelaporan penyaluran zakat.
- 4) Prinsip *Responsibility*, yaitu kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip korporasi yang sehat, melalui tanggung jawab sosial kepada muzakki, menjunjung tinggi etika, moral dan akhlaq, serta lingkungan lembaga yang sehat berdasarkan manajemen modern, untuk kejelasan fungsi struktur organisasi.

b. Kepuasan *Muzakki*

Kepuasan *muzakki* dalam penelitian ini merupakan perasaan senang atau kecewanya *muzakki* pada BAZNAS Kabupaten Sleman, yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja (hasil) yang dirasakan berada dibawah harapan, *muzakki* tidak puas. Jika kinerja (hasil) memenuhi harapan, *muzakki* puas. Jika kinerja (hasil) melebihi harapan, *muzakki* amat puas atau senang. Dengan Indikator kepuasan yaitu:

- 1) Kemudahan memperoleh Informasi, yaitu kemudahan untuk mendapatkan jasa pelayanan publik, melalui kemudahan mendapatkan informasi
- 2) Kesuksesan atau kegagalan jasa, yaitu persepsi pelanggan atas hasil jasa yang dirasakan, melalui kenyamanan dan keamanan
- 3) Persepsi atau keadilan, yaitu pandangan pelanggan atas kinerja (hasil) yang diberikan organisasi kepada pelanggan, melalui sikap dan tanggapan
- 4) Pelanggan lain, yaitu faktor yang mempengaruhi suatu individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lain, yang dapat dilihat melalui mutu kualitas organ pengelola organisasi jasa dan kemudahan transaksi dengan sistem pembayaran yang sederhana
- 5) Ketepatan jasa, yaitu ketepatan suatu organisasi jasa dalam memberikan kepastian, yang dapat dilihat melalui kepastian, adanya bukti dalam setiap kegiatan baik transaksi maupun pelaporan

2. Paradigma Penelitian

Berdasarkan variabel penelitian terbentuk suatu paradigma penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu:



**Gambar 3: Paradigma Penelitian**

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *muzakki* BAZNAS Kabupaten Sleman area kantor Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kabupaten Sleman yaitu para PNS muslim yang aktif pada tahun 2013 yang berjumlah 1.300 *Muzakki* dari 42 Kantor SKPD.<sup>127</sup>

Sampel diambil dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling* yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata di dalam populasi.<sup>128</sup> Perhitungan jumlah sampel diambil 10% dari jumlah populasi yang ada.<sup>129</sup> Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel diambil 130 sampel untuk pengambilan data.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Observasi dilakukan terlebih dahulu di BAZNAS Kabupaten Sleman dan Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman guna mengetahui sistem yang diterapkan dan untuk menentukan populasi calon responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan model skala *likert* yang ditujukan kepada *muzakki* BAZNAS Kabupaten Sleman. Daftar pertanyaan adalah set pernyataan-pernyataan yang sudah di ketik sebelumnya oleh peneliti yang disesuaikan dengan karakteristik subjek. Dokumentasi dalam penelitian ini dibutuhkan guna memperoleh data yang mendukung penelitian ini, seperti sejarah BAZNAS Kabupaten Sleman, struktur organisasi, serta data *muzakki*.

### 5. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang merupakan adaptasi dari penelitian sebelumnya yaitu variabel *Good Corporate Governance* merupakan adaptasi dari penelitian Anny Zuhraini.<sup>130</sup> Sedangkan variabel Kepuasan *Muzakki* merupakan adaptasi dari penelitian Rika Yuni Rahmawati.<sup>131</sup>

---

<sup>127</sup> Informasi dari Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Kabupaten Sleman, pada 27 Mei 2014.

<sup>128</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 112.

<sup>129</sup> I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm. 236.

<sup>130</sup> Anny Zuhraini, "Pengaruh Prinsip Transparency", 2009.

<sup>131</sup> Rika Yuni Rahmawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan", 2013.

## 6. Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (ketepatan). Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor *item*. Suatu butir *item* dikatakan valid bila  $r$  hitung pada tabel *Corrected Item Total Correlation* > dari  $r$  tabel yaitu 0,171. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama (konsisten). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 dengan demikian, data item-item pertanyaan tepat digunakan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan.<sup>132</sup>

## ANALISA DATA

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada variabel *Good Corporate Governance* terdapat 15 *item* dengan *Corrected Item Total Correlation* > 0,171 dan terbuang 1 *item* dengan nilai 0,075. *Item* yang valid sebanyak 15 *item* dengan nilai minimal 0,200 dan maksimal 0,588. Sedangkan pada variabel kepuasan *muzakki* terdapat 21 *item* dengan *item* yang terbuang sebanyak 4 *item* dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* < 0,171. *Item* yang valid sebanyak 19 *item* dengan nilai minimal 0,173 dan maksimal 0,452.

Pada uji reliabilitas, variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Skala *Good Corporate Governance* memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,796 dan skala Kepuasan *Muzakki* memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,640. Koefisien reliabilitas kedua variabel menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka skala tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data pada penelitian, karena dapat mencapai kesahihan dan interpretasi yang tinggi.

### 2. Uji Normalitas dan Uji Linieritas

Pengujian normalitas menggunakan teknik *One-Sample-Kolmogrov-Smirnov Z*, yang menghasilkan skor variabel *Good Corporate Governance* dan kepuasan *muzakki* menunjukkan nilai signifikan

---

<sup>132</sup> *Ibid*, hlm. 130-132.

hitung sebesar 0,899 (sig. hitung > 0,05), ini menunjukkan sebaran data terdistribusi secara normal.

Uji linearitas asumsi dilihat dari tabel ANOVA dengan menunjukkan nilai *Sig. deviation from linearity* skala *Good Corporate Governance* dengan Kepuasan *Muzakki* sebesar 0,174 > sig. tabel (0,05) maka hasil analisis data menunjukkan bahwa skala *Good Corporate Governance* dengan Kepuasan dinyatakan linier.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Koefisien Korelasi Rank Spearman

Nilai R pada tabel *model summary* sebesar 0,412 > 0 maka terjadi hubungan yang linier positif, yang berarti makin besar nilai *Good Corporate Governance* maka besar pula Kepuasan *Muzakki*. Bila diinterpretasikan dengan tabel koefisien alpha menunjukkan pengaruh *Good Corporate Governance* yang ditimbulkan terhadap kepuasan *muzakki* adalah sedang.

#### b. Uji Koefisien Determinasi

Uji hipotesis menggunakan tabel *Coefficients* dengan diperoleh nilai *Sig. hitung* sebesar 0,000 < *Sig. tabel* (0,05) maka dinyatakan ada pengaruh yang signifikan antara *Good Corporate Governance* terhadap Kepuasan *Muzakki* BAZNAS Kabupaten Sleman.

c. Besarnya kontribusi yang diberikan *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan *muzakki* adalah dilihat dari nilai *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* yang diperoleh nilai sebesar 0,163 maka dinyatakan bahwa *Good Corporate Governance* memberikan pengaruh terhadap kepuasan *muzakki* sebesar 16,3 % yang menyatakan terdapat pengaruh rendah tapi pasti. Sedangkan 84,7 % adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

#### d. Uji Regresi Linear Sederhana

Pengujian hipotesis ini dilihat dari tabel *Coefficients* yang menunjukkan nilai a (46,887), b (0,338) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan karena nilai yang dihasilkan adalah berbentuk positif, kemudian X adalah signifikansi yaitu 0,000. Dengan demikian diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 46,887 + 0,338X$$

Dari ketiga pengujian yaitu uji koefisien korelasi *rank spearman*, uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dan uji regresi linear sederhana, menunjukkan adanya pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan *muzakki* secara positif dan signifikan, yang menyatakan bahwa  $H_a$  diterima, dan  $H_0$  ditolak. Ini menunjukkan semakin tinggi tingkat *Good Corporate Governance* maka tingkat kepuasan *muzakki* juga akan semakin tinggi, dan bila tingkat *Good Corporate Governance* menurun juga akan berdampak penurunan pada kepuasan *muzakki*.

## PEMBAHASAN

Menurut Rachmadian Adha, salah satu prinsip dari *good corporate governance* adalah masalah transparansi, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai sebuah lembaga amal zakat. Informasi penting di lembaga amal zakat yang perlu diketahui oleh publik (khususnya oleh donatur).<sup>133</sup> Ini menjadi teori pendukung bahwa ketika aplikasi prinsip *Good Corporate Governance* pada organisasi pengelola zakat semakin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan donatur (*muzakki*), karena dengan terpenuhinya kebutuhan (harapan) maka akan menciptakan persepsi terhadap suatu kepuasan.

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi *rank spearman* menghasilkan nilai R sebesar 0,412 yang berarti berpengaruh sedang, dimana  $R (0,412) > 0$  maka terjadi hubungan yang linier positif, yang berarti makin besar nilai *Good Corporate Governance* maka besar pula Kepuasan *Muzakki* atau makin kecil nilai *Good Corporate Governance* maka makin kecil pula Kepuasan *Muzakki*.

Berdasarkan dari hasil uji korelasi dapat dijelaskan bahwa nilai *Sig.* hitung  $< Sig.$  tabel ( $0,000 < 0,05$ ) maka dinyatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara *Good Corporate Governance* terhadap Kepuasan *Muzakki* BAZNAS Kabupaten Sleman. Nilai *Sig.* hitung menunjukkan

---

<sup>133</sup> Rachmadian Adha, "Penerapan Good Corporate Governance Lembaga Amal Zakat (Studi Kasus Pada Pos Keadilan Peduli Umat Surabaya)", *artikel ilmiah*, (Surabaya: STIE Perbanas, 2012), hlm. 7.

arah kedua variabel yang positif, yaitu semakin tinggi tingkat persepsi *Muzakki* terhadap *Good Corporate Governance* maka akan semakin tinggi juga Kepuasan *Muzakki*.

Kepuasan *muzakki* dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewanya *muzakki*, yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Pengukuran kepuasan dengan menggunakan faktor dari teori yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti yaitu fitur layanan, kesuksesan atau kegagalan jasa, persepsi atau keadilan, pelanggan lain dan emosi pelanggan.<sup>134</sup>

Hasil dari Uji Koefisien Korelasi (*Adjusted R Square*) menghasilkan nilai 0,163 yang berarti *Good Corporate Governance* memberikan kontribusi sebesar 16,3% terhadap kepuasan *muzakki*. Ini diartikan bahwa sisanya yaitu 83,7% adalah dari faktor lain.

Teori kepuasan menurut Zeithaml dan Bitner, ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu aspek barang atau jasa dan aspek emosi pelanggan.<sup>135</sup> Adapun teori yang dikemukakan oleh Hawkins dan Isney yang dikutip Rahmawati sebagai atribut kepuasan yang lain, yaitu kesediaan untuk merekomendasikan jasa dan kemudahan dalam memperoleh jasa.<sup>136</sup>

Mengingat adanya keterbatasan dalam interaksi secara langsung antara *muzakki* dengan amil BAZNAS Kabupaten Sleman, yang dapat dilihat melalui cara pengumpulan zakat melalui kantor UPZ pada tiap-tiap instansi, maka *Good Corporate Governance* mempunyai pengaruh yang berarti bagi para *muzakki*. Hal ini menjadikan sistem transparansi dan tanggungjawab bagi amil BAZNAS sebagai prinsip utama yang harus diaplikasikan untuk memenuhi kebutuhan informasi para *muzakki* tentang sistem perzakatan. Hal ini juga sebagai bentuk dukungan pengawasan para *muzakki* dan publik mengingat BAZNAS adalah organisasi publik yang berjalan dengan menggunakan dana publik.

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 menetapkan peran dan kebutuhan *muzakki* dalam sistem perzakatan harus dipenuhi oleh amil BAZ maupun LAZ. Ini berarti sudah kewajiban bagi BAZNAS

---

<sup>134</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 23.

<sup>135</sup> Valarie A. Zeithaml dan Mery Jo Bitner, *Services Marketing Integrating*, hlm. 110-112.

<sup>136</sup> Rika Yuni Rahmawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan", hlm. 41.



untuk terus memperhatikan pemenuhan kebutuhan *muzakki* melalui konsep *Good Corporate Governance*.

## PENUTUP

Dari hasil uji hipotesis yang didapatkan melalui uji koefisien korelasi *rank spearman*, uji korelasi determinasi dan uji regresi linear sederhana, menghasilkan keputusan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *muzakki* pada BAZNAS Kabupaten Sleman, yang menyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Ini menunjukkan semakin tinggi tingkat *Good Corporate Governance* maka tingkat kepuasan *muzakki* juga akan semakin tinggi, dan bila tingkat *Good Corporate Governance* menurun juga akan berdampak penurunan pada kepuasan *muzakki*.

Dari hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* memberikan pengaruh terhadap kepuasan *muzakki* pada BAZNAS Kabupaten Sleman sebesar 16,3%, sedangkan 83,7% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, Rachmadian, "Penerapan Good Corporate Governance Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Pada Pos Keadilan Peduli Umat Surabaya)" *artikel ilmiah*, Surabaya: STIE Perbanas Press, 2012.
- Cadbury, Komite, *The Business Roundtable, Statement Untuk Corporate Governance*, dalam Mishardi Wilamarta, Washington DC: tnp, 1997.
- Daniri, Mas Ahmad, *Good Corporate Governance: Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*, Jakarta: Ray Indonesia, 2005.
- Effendi, M. Arief, *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Huda, Nurul, Achmad Aliyadin, dkk, *Keuangan Publik Islam Pendekatan Teoretis dan Sejarah*, Jakarta: Kencana, Edisi Pertama, 2012.
- Huda, Nurul dan Ahmad Muti, *Keuangan Publik Islam*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Erlangga, Edisi Kedua, 2009.
- Jasfar, Farida, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa, SDM, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2004.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Surya, Indra dan Ivan Yustiavandana, *Penerapan Good Corporate Governance Mengesampingkan Hak-hak Istimewa demi Kelangsungan Usaha*, Jakarta: Kencana, Edisi Pertama, Cet. Ke-2, 2006.
- Sutojo, Siswanto dan E. John Aldridge, *Good Corporate Governance Tata Kelola Perusahaan yang Sehat*, Jakarta: Damar Mulia Pustaka, Cet. Ke-1, 2005.
- Tjager, I Nyoman, dkk, *Corporate Governance, Tantangan dan Kesempatan Bagi Komunitas Bisnis Indonesia*, Jakarta: PT. Putrahalindo, 2003.
- Triwuyono, Iwan, *Perspektif, Metodologi, dan Teori Akuntansi Syariah*,

Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Wiratha, I Made, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

Zeithaml, Valarie A. dan Mery Jo Bitner, *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, New York: McGraw Hill, 4<sup>th</sup> edition, 2006.